



Claves

ESTUDIO SOBRE CONFIANZA EN LA TV 2025

FASE CUALITATIVA

Febrero 2026

El estudio sobre Confianza en la Televisión 2025 busca indagar en los modos en que se construye la confianza del público en la televisión. Una investigación con enfoque mixto, de carácter descriptivo y correlacional, que combina metodologías cualitativas y cuantitativas.

Construcción de la confianza

La fase cualitativa del Estudio muestra que la confianza en la televisión abierta no se declara explícitamente, sino que se construye a partir de señales visibles y sostenidas como coherencia editorial, rectificación de errores y canales de respuesta accesibles.

Pérdida de la confianza

La opacidad, los cambios de versión, la “letra chica”, los fraudes, el maltrato y la baja calidad del servicio activan la desconfianza. Esto deja huella emocional y genera conductas como comparar, verificar y exigir garantías.

Consumo informativo híbrido

El consumo actual es híbrido y emocionalmente regulado: la TV opera como puerta de entrada, la radio como refugio y las redes como radar que exige verificación. La repetición, el morbo y la negatividad generan saturación y prácticas de evasión.

Independencia y mediadores simbólicos

La independencia percibida frente a intereses políticos o comerciales es clave para la credibilidad. Los rostros televisivos funcionan como mediadores simbólicos: serenidad, rigor, autenticidad y empatía fortalecen la confianza, mientras el exceso o el proselitismo la erosionan.

Demandas de representación

La audiencia exige mayor pluralismo, territorialidad y diversidad temática frente al centralismo. Persiste una relación ambivalente desde las audiencias ya que se valora la capacidad informativa de la TV, pero se critica la banalización y el “pauteo”.

Desinformación y oportunidades

En un contexto de crisis epistémica, se desarrollan prácticas de verificación cruzada y la TV y la radio operan como anclas de realidad ya que las audiencias no las vinculan directamente con desinformación o *fake news*, como si lo hacen con las redes sociales. La trazabilidad, el contraste de fuentes y rectificaciones visibles aparecen como oportunidades estratégicas.

Uso crítico y expectativas

Aunque existe desconfianza declarada, la televisión mantiene un uso utilitario, principalmente en base a una selección crítica de contenidos por parte de las audiencias. La coherencia institucional y personal resulta decisiva para sostener el vínculo, redefiniendo expectativas hacia mayor transparencia, servicio público y responsabilidad editorial.

Más información en:

<https://mediacntvcl.s3.us-east-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/2026/02/Confianza-en-la-TV-2025-Fase-Cualitativa.pdf>